ANALIZA COMPARATIVĂ A REZULTATELOR OBȚINUTE DE CĂTRE PARTIDUL POPULAR ŞI PARTIDUL SOCIALIST, ÎN ALEGERILE PARLAMENTARE DIN 2016 ȘI 2019 DIN SPANIA

DANIEL ȘOIMARU *

ABSTRACT

A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RESULTS OBTAINED BY THE POPULAR PARTY AND THE SOCIALIST PARTY IN THE 2016 AND 2019 PARLIAMENTARY ELECTIONS IN SPAIN

Given the electoral results recorded by the Spanish People's Party and the Spanish Socialist Workers' Party in the period 2016–2019, it can be seen that these political actors enjoy the highest degree of political representation in the Spanish Parliament. Through this article, I wanted to analyze the main factors that determined the evolution of the results obtained by the two political parties in the parliamentary elections of 2016 and 2019 (November). Therefore, a comparative analysis of the two parties was implemented in this study, in relation to three categories of determining factors: the ability of the parties to adapt to the preferences of the electoral segments, the role of electoral campaigns, and the influence of political leaders on the performance of parties in elections.

Keywords: Spanish People's Party, Spanish Socialist Workers' Party, parliamentary elections, election campaign, political leaders.

INTRODUCERE

După restaurarea regimului democratic în Spania (1977), Partidul Popular (PP) și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol (PSOE) au devenit principalele formațiuni politice parlamentare, asigurând stabilitatea guvernamentală, dar și implementarea mecanismului de alternanță la putere. Din acest motiv, Partidul Popular și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol au un rol decisiv în evoluția sistemului politic spaniol.

Prin intermediul acestei lucrări doresc să analizez evoluția rezultatelor obținute de către Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol și Partidul Popular, în cadrul scrutinelor

* PhD Student, Faculty of History and Philosophy, Babes Bolyai University, e-mail address: *daniel.soimaru@ubbcluj.ro*.

„Revista română de sociologie", serie nouă, anul XXXV, nr. 1–2, p. 19–32, Bucureşti, 2024
DOI: 10.59277/RJSoc.2024.1-2.02

Creative Commons License
Attribution-NoDerivs CC BY-ND

parlamentare din 2016 și 2019 (noiembrie), din perspectiva următorilor factori: abilitatea partidelor politice de a se adapta la preferințele segmentelor electorale, campaniile de comunicare în cadrul scrutinelor electorale, precum și impactul liderilor politici asupra rezultatelor înregistrate de partide în alegeri.

În cadrul acestui studiu a fost realizată o analiză comparativă diacronică, prin intermediul căreia au fost evidențiate particularitățile rezultatelor scrutinelor parlamentare din Spania în 2016 și 2019, prin impactul pe care acestea le-au avut asupra Partidului Popular și a Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol. Cu toate acestea, studiul de față nu are rolul de a oferi o perspectivă asupra evoluției electorale parlamentare a Partidului Poporului și Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol în perioada 2016–2018, analiza urmărind să compare doar rezultatele obținute de către cele două formațiuni politice, în cadrul scrutinelor parlamentare din iunie 2016 și noiembrie 2019.

Prin urmare, lucrarea este împărțită în trei secțiuni principale. În cadrul primei părți a studiului sunt evidențiate caracteristicile Partidului Popular și Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol, dar și segmentele electoratului spaniol asociate cu aceste formațiuni politice. A doua secțiune a lucrării examinează modalitatea în care s-au desfășurat campaniile electorale pentru alegerile parlamentare din Spania din perioada 2016 și 2019 (noiembrie). Nu în ultimul rând, în a treia parte a studiului a fost analizat modul în care acțiunile liderilor Partidului Popular și Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol au influențat rezultatele alegerilor parlamentare organizate în 2016 și 2019 (noiembrie).

REVIZUIREA LITERATURII DE SPECIALITATE

În trecerea în revistă a literaturii de specialitate, au fost evidențiați numeroși factori care influențează rezultatele înregistrate de către partidele politice în alegerile electorale. Un prim factor prezentat în cadrul literaturii de specialitate și utilizat în acest studiu este reprezentat de modul în care personalitatea liderilor politicii influențează rezultatele electorale. Studiile demonstrează că în ultimele trei decenii a existat o schimbare notabilă către sisteme de vot mai personalizate, în care alegătorii asociază imaginea liderului politic cu partidul (Garzia, 2017; Renwick și Pilet, 2016). Mai mult, semnificația crescândă a liderilor în cadrul propriilor partide a fost evidențiată și de analizele instituționale (Garzia, 2017; Poguntke și Webb, 2005). Astfel, s-a demonstrat că proeminența în creștere a liderilor politici în partidele post-birocratice moderne are un impact semnificativ asupra modelelor electorale și asupra competiției politice. Studiile anterioare arată că schimbările suferite de partidele politice în ultimele decenii au încurajat rolul liderilor individuali în influențarea percepției alegătorilor asupra identității partidului și, în cele din urmă, asupra modului în care votează (Garzia, 2017; Lobo, 2008). De asemenea, analize ale campaniilor electorale moderne au subliniat creșterea vizibilității liderilor politici în detrimentul vizibilității partidelor pe care le conduc (Garzia, 2017; Kriesi, 2012).

Al doilea factor prezentat în cadrul literaturii de specialitate constă în importanţa campaniilor de comunicare în cadrul scrutinelor electorale. Studiile evidențiază ca politicienii și partidele politice depun mult efort pentru a transmite publicului opiniile lor, pentru a putea câștiga alegerile (Meyer, Haselmay și Wagner, 2017). Din acest motiv, utilizarea mijloacelor mass-media este crucială dacă partidele politice și candidații doresc ca publicul larg să acorde atenție mesajelor lor. Pentru mulți alegători, mass-media tradiționale rămân principala sursă de informații, chiar dacă politicienii și partidele politice pot utiliza într-o oarecare măsură rețelele sociale pentru a ajunge direct la oameni. Astfel, studiile evidențiază că actorii politici vor depune un efort concertat pentru a-și transmite mesajele în mass-media (Iyengar și Kinder, 1987; McCombs și Shaw, 1972). Numeroase studii privind stabilirea agendei publice demonstrează că actorii politici stabilesc cu succes agenda mai largă a problemelor în timpul campaniilor electorale și că mass-media reacționează la problemele pe care le stabilesc politicienii și partidele, nu invers (Meyer, Haselmay și Wagner, 2017; Walgrave și Van Aelst, 2006). De asemenea, Nai și Walter afirma că, în perioada campaniilor electorale moderne, actorii politici luptă pentru inimile și mințile alegătorilor, prin instrumente care alternează între autopromovare și atacuri asupra rivalilor (Nai și Walter, 2015). Astfel, campania negativă pare să fie omniprezentă, deși în proporții variabile și cu efecte sistemice care pe termen scurt încă sunt neclare (Nai și Walter, 2015).

În al treilea rând, literatura de specialitate analizează abilitatea partidelor politice de a se adapta la preferințele segmentelor electorale pentru a-și maximiza șansele de a câștiga alegerile. Unul dintre factorii-cheie care determină rezultatul alegerilor este modul în care elitele politice creează o conexiune între ele și preferințele electoratului (Bischof și Senninger, 2018; Dahl, 1971). Din acest motiv cercetătorii încearcă să înțeleagă legătura dintre elitele politice și alegători, prin analiza pozițiilor partidelor și percepțiile electoratului asupra acestora (Adams, 2001; Slapin și Proksch, 2008).

METODOLOGIE

În cadrul acestui studiu, principala metodă de cercetare utilizată a fost analiza comparativă. Această metodă de cercetare este caracterizată de specificul său descriptiv, atrăgând atenția asupra paralelelor și diferențelor sugerate între anumite studii de caz. Analiza comparativă este folosită frecvent în testarea ipotezelor și poate ajuta la dezvoltarea teoriei, precum și la descoperirea inductivă de noi ipoteze (Collier, 1993). O primă abordare larg răspândită a analizei comparative sugerează că aceasta ar trebui să fie dependentă de variabile. Pe de altă parte, multe cercetări care utilizează analiza comparativă sunt orientate spre studii de caz, în special în știința politică, dar și în mai multe domenii sociologice (Porta, 2008).

În cadrul acestei lucrări a fost implementată o analiză comparativă, având ca studiu de caz rezultatele scrutinelor parlamentare din Spania din 2016 și 2019

(noiembrie), din perspectiva următorilor factori: abilitatea partidelor politice de a se adapta la preferințele segmentelor electorale, campaniile de comunicare în cadrul scrutinelor electorale, precum și impactul liderilor politici asupra rezultatelor înregistrate de partide în alegeri. De asemenea, a fost utilizată abordarea diacronică, care are ca principal obiectiv explicarea schimbării rezultatelor electorale înregistrate de cele două partide în scrutinele parlamentare din iunie 2015 și noiembrie 2019, prin intermediul factorilor care au fost menționați mai sus.

Au fost alese ca elemente de analiză comunicarea politică a Partidului Popular și a Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol, deoarece analizând rezultatele electorale din Spania din perioada 1977–2019, se poate observa că aceste formațiuni politice beneficiază de cel mai mare grad de reprezentativitate politică. De asemenea, un rol important în ceea ce privește alegerea scrutinelor electorale din iunie 2016 și noiembrie 2019 a fost reprezentat de climatul politic din Spania, marcat de ascensiunea curentului populist și care a determinat emergența unor partide mai mici de stânga și dreapta, care au reconfigurat sistemul electoral spaniol, dominat până atunci de Partidul Popular și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol. În acest nou context politic, Partidul Popular și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol au trebuit să-și schimbe abordarea politică, deoarece au concurat cu alte formațiuni politice mai mici pentru electoratul lor tradițional, fiind nevoite în același timp să obțină și sprijinul segmentului electoral de centru, în defavoarea principalului competitor.

CARACTERISTICILE PARTIDELOR STUDIATE

PARTIDUL POPULAR (PP)

Partidul Popular a fost înființat în 1977 și reprezintă subcultura conservatoare care există în Spania, având o orientare politică de centru de tipul „catch-all", încercând să atragă susținere electorală din toate segmentele societății spaniole. Partidul Popular susține o concepție unitară asupra Spaniei, care se întoarce spre originile formării statului național spaniol. *Espana una y catolica* (O Spanie Unită și Catolică), unde unitatea și catolicismul reprezintă două elemente care caracterizează cultura politică a Partidului Popular, dar nu într-o formă autoritară (Magone, 2009). Astfel, acest partid se identifică cu ideologia creștin-democrată, fiind integrat în cadrul structurilor europene ale Partidului Popular European, și este caracterizat de o atitudine flexibilă în raport cu politica spaniolă, reprezentând un element major în cadrul transformării sistemului politic spaniol, după înlăturarea regimului condus de Franco[1] (Balfour, 2005).

Inițial, Partidul Popular a reușit să atragă majoritatea voturilor din zona de extremă dreapta și conservatoare, dar a avut dificultăți mari în obținerea sprijinului

[1] Francisco Franco Bahamonde (1892–1975) a fost un general spaniol care a condus forțele naționaliste în timpul Războiului Civil Spaniol, iar ulterior a condus în mod autoritar Spania între 1939 și 1975.

din partea segmentelor electorale de centru (Magone, 2009). Acest aspect a reprezentat un dezavantaj important, din cauza faptului că 72,7% din populația spaniolă, după 1975, când Spania a devenit o democrație, avea preferințe de centru-stânga (Torcal și Medina, 2002). Mai mult decât atât, partidul a fost perceput de către populația spaniolă ca fiind o emanație a fostului regim, iar acest lucru s-a bazat în special pe faptul că multe personalități care au colaborat cu Franco au devenit politicieni importanți în cadrul Partidului Popular (Magone, 2009).

Una dintre problemele inițiale ale Partidului Popular a constat în faptul că, după 1982, formațiunea politică a stagnat în cadrul următoarelor alegeri electorale, obținând 25–26% din numărul de voturi. Astfel, de-a lungul anilor 1980, PP a fost al doilea cel mai mare partid din Spania, dar a rămas cu 10 procente în spatele PSOE (Magone, 2009). Pentru a schimba această situație, liderii PP au repoziționat ideologic partidul spre centru, reușind în același timp să-și mențină alegătorii tradiționali de dreapta. Pentru atingerea acestui deziderat a fost necesară implementarea unor transformări majore privind strategia de organizare a partidului, în special în raport cu modul în care s-au purtat campaniile electorale și s-au folosit instrumentele mass-media. Astfel, în decurs de un deceniu, Partidul Popular s-a transformat într-un partid credibil de tipul „catch-all", renunțând la ideologia conservatoare rigidă și reușind să atragă un important segment de votanți din cadrul populației tinere (Magone, 2009).

Având în vedere aceste aspecte, PP a reușit să câștige în 1996 alegerile parlamentare din Spania. Perioada cuprinsă între 1996 și 2004 a fost importantă pentru Partidul Popular, reușind pentru prima dată în istoria sa să ajungă la guvernare. Cu toate acestea, Partidul Popular a pierdut alegerile parlamentare din 2005 în detrimentul PSOE și a devenit liderul opoziției până în anul 2011. Pentru a putea să învingă PSOE în cadrul alegerilor parlamentare, PP a implementat anumite reforme interne, adoptând în mod clar și unele dintre elementele inovatoare ale social democrației, alegând să reprezinte a „treia cale" (politici economice de dreapta și politici sociale de stânga). Această abordare a contribuit la câștigarea scrutinului parlamentar din 2011, iar Partidul Popular a reușit să se mențină la guvernare până în anul 2018.

Prin urmare, se poate observa că tranziția ideologică către centru a Partidului Popular a avut un rol important în câștigarea alegerilor parlamentare din 2016. În mod tradițional, electoratul Partidului Popular este compus din alegători cu un nivel de educație ridicat, precum și dintr-un segment conservator al populației spaniole (Criado, 2008).[2] Totuși, prin promovarea unui discurs politic moderat, prin modificarea agendei guvernamentale, dar și prin includerea unor politici sociale, reprezentanții Partidului Popular au reușit să acapareze din electoratul tradițional de centru-stânga, câștigând astfel scrutinul parlamentar. Cu toate acestea, în contextul în care Partidul Popular a pierdut guvernarea în 2018, acesta s-a repoziționat ideologic

[2] Henar Criado, "The effects of party mobilization strategies on the vote: The PSOE and the PP in the 1996 Spanish election," *European Journal of Political Research* 47 (2008): 96.

spre dreapta și a pierdut, în cadrul alegerilor parlamentare din 2019, suportul electoratului de centru.

PARTIDUL MUNCITORESC SOCIALIST SPANIOL (PSOE)

Pe de altă parte, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a fost înființat în anul 1879, dar, în perioade de război și dictatură, organizația partidului a suferit transformări majore. După instaurarea regimului democratic în Spania (1977), partidul a fost caracterizat de un anumit facționalism intern, între susținătorii orientării marxiste și cei care doreau să reformeze partidul și să-l orienteze către centru (Magone, 2009).

Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a reușit în perioada anilor 1980 să-și atragă susținerea electorală din toate segmentele societății spaniole, devenind un partid politic de tipul „catch-all". Acest lucru i-a permis să guverneze Spania între 1982 și 1996, adoptând mai multe reforme în sănătate, educație și alte sectoare sociale. În ceea ce privește politica economică, PSOE a implementat politici neoliberale pentru a o face mai competitivă în relația cu alte economii europene (Magone, 2009).

Totuși, începând cu perioada anilor 1990, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol nu a mai beneficiat de un sprijin electoral eterogen. În acest sens, apartenența la o clasă socială a devenit un factor major privind modul în care electoratul se poziționează în raport cu marile partide politice din Spania (Barreiro și Sanchez-Cuenca, 2011). Având în vedere aceste aspecte, liderii PSOE au fost nevoiți să reformeze partidul, militând pentru adaptarea la noile realități sociale prin extinderea principiilor de „libertate, egalitate și solidaritate" (Magone, 2009). Astfel, prin intermediul acestei platforme electorale, PSOE a reușit să câștige alegerile din 2004 și să rămână la guvernare până în anul 2011.

În Spania, PSOE și-a modificat suficient profilul ideologic pentru a fi etichetat drept „noua stângă" (Vassallo și Wilcox, 2006). În acest sens, PSOE a elaborat o strategie privind materializarea unei alianțe cu societatea civilă pentru a mobiliza cetățenii, în special acele segmente sociale care nu se considerau reprezentate de alte partide politice (Magone, 2009). Guvernele socialiste au introdus și reforme, precum legea care permite căsătoria persoanelor de același sex, care s-a izbit de o puternică opoziție din partea Bisericii Catolice și a Partidului Popular. Cu toate acestea, în cadrul alegerilor organizate în 2011, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol s-a confruntat cu „ruralizarea" electoratului și pierderea susținerii politice a unui important segment al clasei mijlocii urbane (Barreiro și Sanchez-Cuenca, 2011).

Mai mult decât atât, în mod tradițional electoratul PSOE era reprezentat din cetățeni mai în vârstă, mai puțini religioși și având un statut social mai scăzut în comparație cu segmentul de alegători tradiționali ai PP (Chhibber și Torcal, 1997). Liderii partidului au urmărit, prin transformarea PSOE într-o formațiune politică progresistă, să obțină sprijinul unui segment de populație tânăr și cu un nivel de educație ridicat, dar au pierdut procente importante din electoratul tradițional, fără a obține un sprijin semnificativ din zona de centru. Totuși, prin implementarea unor

transformări semnificative, precum adoptarea unei strategii mai pragmatice și flexibile în ceea ce privește ideologia partidului și agenda politică a acestuia, PSOE a reușit să câștige alegerile parlamentare din 2019.

EFECTUL CAMPANIILOR ELECTORALE ANALIZATE

CAMPANIA ELECTORALĂ DIN 2016

Partidul Popular condus de către Mariano Rajoy a câștigat alegerile parlamentare din 2016, obținând 33% din voturi. Pe de altă parte, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a obținut 22,66% din voturi, reprezentând al doilea cel mai mic scor din istoria sa (Schuman, 2016). Unul dintre principalii factori care a determinat materializarea acestor rezultate a constat în modul în care s-a desfășurat campania electorală. În acest context, campaniile electorale sunt caracterizate de lupta pentru simpatia și voturile alegătorilor, în timpul cărora partidele concurente și candidații acestora alternează între auto-promovare și atacuri asupra rivalilor (Nai, 2020).

Analizând programul de guvernare propus de către Partidul Popular în cadrul alegerilor parlamentare din 2016, se poate observa că acest document a fost utilizat ca instrument de promovare a realizărilor guvernării anterioare (în special privind rezultatele pozitive înregistrate în sectorul economic). De asemenea, prin intermediul acestui document, liderii Partidului Popular evidențiau necesitatea continuării procesului de reformare politică și economică a Spaniei (PP, 2016). Pe de altă parte, programul de guvernare asumat de către Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol prevedea necesitatea adoptării unor reforme sociale care să îmbunătățească statutul muncitorilor (PSOE, 2016).

Sloganul adoptat de către Partidul Popular în cadrul alegerilor electorale a fost „A favor” („În favoarea”) (El Mundo, 2016). Prin intermediul acestei sintagme, liderii Partidului Popular au încercat să evidențieze realizările guvernării anterioare. Astfel, aceștia au folosit sloganul ca un element de campanie pozitivă, încercând să determine electoratul să le ofere încrederea pentru un nou mandat. Din acest punct de vedere, strategia utilizată de către Partidul Popular a fost una de succes, deoarece a reușit să convingă un segment electoral important că guvernarea anterioară a avut un impact pozitiv asupra Spaniei și că nu este necesară schimbarea executivului.

Pe de altă parte, sloganul utilizat de către Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a fost: „Un Si por el cambio” („Un Da pentru schimbare”) (La Vanguardia, 2016). Prin alegerea acestei sintagme, reprezentanții PSOE doreau să evidențieze că societatea spaniolă avea nevoie de o schimbare. De asemenea, sloganul a fost folosit ca element de campanie negativă, pentru a sublinia necesitatea înlocuirii guvernului condus de către Partidul Popular. Având în vedere faptul că PSOE era principalul partid de opoziție, liderii acestuia au încercat, prin implementarea acestei strategii, să adâncească deficitul de imagine al Partidului Popular. Cu toate acestea, rezultatul alegerilor a demonstrat ineficiența acestei abordări, din cauza faptului că liderii PSOE s-au concentrat pe criticarea activității guvernamentale a PP, în detrimentul prezentării unor alternative viabile de guvernare.

În timpul campaniei electorale, Mariano Rajoy (liderul PP și prim-ministrul Spaniei) a atras atenția asupra pericolului formării unei coaliții de stânga radicale condusă de către PSOE, care ar fi avut efecte destabilizatoare asupra Spaniei (Schuman, 2016). În acest sens, contextul politic european (Marea Britanie a decis prin intermediul unui referendum organizat în 2016 să părăsească Uniunea Europeană) a servit ca element de campanie negativă pentru Partidul Popular. Astfel, Mariano Rajoy a dorit să evidențieze faptul că guvernarea PP este una pro-europeană și oferă stabilitatea necesară pentru ca Spania să poată prospera, iar PSOE, împreună cu stânga radicală, reprezintă un vector de instabilitate politică. De asemenea, Pedro Sanchez (liderul PSOE) a inițiat mai multe atacuri împotriva lui Mariano Rajoy (El Mundo, 2016). Prin intermediul unei astfel de strategii, Pedro Sanchez și-a dorit ca electoratul spaniol să-l vadă pe Mariano Rajoy drept un lider slab, care nu poate gestiona situațiile de criză.

Cu toate acestea, reprezentanții Partidului Popular au reușit să organizeze mai bine campania electorală în comparație cu cei ai Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol. Strategia de campanie a PP a evidențiat elementele pozitive înregistrate în cadrul guvernării anterioare, reușind să convingă un important segment al electoratului că pot gestiona cu succes perioade de criză. Pe de altă parte, strategia PSOE s-a concentrat pe o campanie negativă împotriva PP, dar nu a reușit să convingă electoratul că poate să ofere o platformă de guvernare mai eficientă. Mai mult decât atât, PSOE nu a reușit să se delimiteze clar de extrema stângă (asociată cu o viziune eurosceptică), în special în contextul impactului Brexitului.

CAMPANIA ELECTORALĂ DIN 2019 (NOIEMBRIE)

Având în vedere faptul că, după scrutinul din aprilie 2019, nu s-a format o coaliție de guvernare, parlamentul a fost dizolvat și au fost organizate alegeri anticipate. În acest context, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a câștigat alegerile parlamentare din 10 noiembrie 2019, obținând 28% din voturi, un rezultat mai slab decât cel înregistrat în alegerile din 28 aprilie 2019. Pe de altă parte, Partidul Popular a înregistrat o ușoară revenire, reușind să câștige 20,82% din voturi, după ce, în cadrul alegerilor din aprilie 2019, a înregistrat cel mai slab rezultat din istoria sa (Schuman, 2019).

Conform sondajului realizat de Centro de Investigaciones Sociologicas (Centrul de Investigații Sociologice, CSI) din Spania, cetățenii spanioli au identificat ca fiind cele mai mari probleme ale țării: șomajul (61,8%), corupția și frauda (33,3%), politicienii și partidele din Spania (29,1%). În schimb, problematica independenței Cataloniei a fost considerată importantă doar de către 11% dintre cei chestionați (Centro de Investigaciones Sociologicas, 2019). Cu toate acestea, problema legată de autonomia Cataloniei a fost o caracteristică dominantă a campaniei electorale din noiembrie 2019 (European Sources Online, 2019). Astfel, Pablo Casado (liderul Partidului Popular) i-a reproșat lui Pedro Sanchez (liderul Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol) că nu poate gestiona în mod corespunzător criza din această regiune

a Spaniei: *„Domnule Sanchez, aceasta nu este Burkina Faso, nu este Yemen, ci este Spania. Puneți lucrurile în ordine în Catalonia odată pentru totdeauna. Nu mai negociați cu separatiștii”* (El Pais, 2019). Prin urmare, liderul Partidului Popular a utilizat un element caracteristic campaniei negative, atacând politica partidului PSOE în raport cu problema catalană. Astfel, având în vedere faptul că PSOE se afla la guvernare, Pablo Casado și, prin urmare, PP au încercat să asocieze imaginea acestui partid și a lui Pedro Sanchez cu eșecul soluționării conflictului din Catalonia.

De asemenea, o altă problematică abordată în cadrul campaniei electorale a constat în percepția valorilor naționale. În acest sens, Pablo Casado l-a acuzat pe Pedro Sanchez că *„Tu nu crezi în națiunea spaniolă!”* (The Local, 2019). Prin intermediul acestui element de campanie negativă, Pablo Casado dorea să convingă electoratul de centru și dreapta că stânga spaniolă promovează valorile globaliste în detrimentul celor naționale. Mai mult, Pablo Casado a afirmat: *„Spaniolii care nu vor ca Sanchez să rămână nu pot face acest lucru decât cu PP”* (The Local, 2019), încercând astfel să convingă electoratul că singura soluție pentru a evita o nouă coaliție condusă de PSOE constă în votarea Partidului Popular.

Pe de altă parte, Pedro Sanchez a afirmat în cadrul campaniei electorale următoarele:*„Dacă extrema dreaptă se ridică acum, este din cauza PP, pentru că în loc să o izoleze, și-a unit destinul cu aceasta”* (El Pais, 2019), încercând astfel să asocieze imaginea Partidului Popular cu valorile promovate de reprezentanți ai extremei drepte spaniole. Prin intermediul acestei abordări, Pedro Sanchez dorea să convingă electoratul spaniol de centru de faptul că PP nu mai reprezintă o opțiune viabilă, iar pentru a evita posibilitatea unui guvern care să cuprindă formațiuni politice de extremă dreapta, cetățenii trebuiau să voteze cu PSOE.

Sloganul utilizat de către Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol în cadrul alegerilor a fost: „Guvern acum. Spania acum” (El Periodico, 2019). Astfel, prin intermediul acestei sintagme, liderii Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol doreau să evidențieze faptul că reprezentau opțiunea cea mai bună pentru formarea unui nou guvern. Pe de altă parte, sloganul ales de către Partidul Popular a fost: „Pentru tot ce ne unește” (ABC, 2019). Reprezentanții Partidului Popular au ales acest slogan pentru a obține sprijinul atât al segmentului electoral de centru, cât și de dreapta.

Având în vedere aspectele menționate mai sus, se poate afirma că Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a reușit să gestioneze mai bine strategia de campanie electorală în comparație cu Partidul Popular. Deși cele două formațiuni politice au implementat elemente de campanie negativă, Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol a reușit, prin intermediul acțiunilor sale, să atragă segmente ale electoratului de centru și stânga. Pe de altă parte, chiar dacă Partidul Popular și-a propus să obțină suportul segmentului de votanți din zona de centru, discursul politic utilizat de către reprezentanții partidului în cadrul campaniei a fost unul conservator. Astfel, un segment al alegătorilor de centru a considerat că PP promovează o agendă politică conservatoare și s-a reorientat către alte partide, iar un alt segment al

alegătorilor de dreapta a considerat că programul politic este prea moderat și a ales să voteze Vox (partid conservator înființat în 2013).

Prin urmare, privind modul în care s-au desfășurat campaniile electorale din 2016 și 2019 (noiembrie) se pot face următoarele mențiuni: partidul care s-a aflat în opoziție în momentul în care au fost declanșate alegerile parlamentare a utilizat mai multe elemente de campanie negativă, în comparație cu cel care se afla la guvernare; în cadrul campaniei electorale din 2016, principalele subiecte dezbătute au constat în politicile pe care cele două partide politice le propuneau, dar, în noiembrie 2019, s-au concentrat mai mult pe valorile pe care PP și PSOE le promovează; partidul care s-a aflat la guvernare a încercat să fie perceput ca moderat, în timp ce opoziția era acuzată ca fiind radicală.

ROLUL LIDERILOR PARTIDULUI POPULAR ȘI PARTIDULUI MUNCITORESC SOCIALIST SPANIOL ÎN REZULTATUL SCRUTINELOR PARLAMENTARE DIN 2016 ȘI 2019

Modelul de leadership asumat de către Mariano Rajoy a influențat în mod semnificativ rezultatul alegerilor parlamentare din 2016. Analizând prestația sa în primul mandat de premier al Spaniei, se poate observa faptul că Mariano Rajoy a reușit să stabilizeze economia țării, care fusese puternic afectată de criza financiară, dar a acționat ferm și împotriva tentativei de secesiune a Cataloniei (referendumul din 2014) (Foreign Policy, 2015). De asemenea, Mariano Rajoy a fost un lider politic tranzacțional (a reușit prin intermediul parteneriatelor încheiate cu alte formațiuni poltice să mențină Partidul Popular la guvernare în perioada 2011–2018 și să izoleze PSOE în opoziție), gestionând într-o manieră fermă și eficientă situațiile de criză cu care s-a confruntat Spania în perioada 2011–2015.

Deși Partidul Popular este atașat de ideologia conservatoare, Mariano Rajoy a încercat să-și adapteze discursul politic în funcție de preferințele electoratului spaniol pentru a putea atrage un număr cât mai mare de alegători. Având în vedere aceste aspecte, Partidul Popular a beneficiat de pe urma percepției electoratului spaniol în raport cu Mariano Rajoy, reușind să se impună împotriva PSOE. Cu toate acestea, scandalul de corupție în cadrul căruia a fost implicat Mariano Rajoy, din cauza căruia a fost nevoit să demisioneze din funcția de președinte de partid, a avut efecte dezastruoase asupra imaginii PP.

Spre deosebire de Mariano Rajoy, care a fost un lider politic pragmatic, Pablo Casado (care i-a succedat în funcția de conducător al partidului) a repoziționat ideologic PP mai mult spre dreapta. Totodată, în comparație cu Mariano Rajoy, care avea o importantă experiență politică, Pablo Casado este un politician tânăr, iar lipsa sa de maturitate politică a afectat în mod negativ rezultatele înregistrate de Partidul Popular. În conformitate cu viziunea sa politică, Pablo Casado a considerat că Partidul Popular, pentru a nu pierde un segment important al electoratului în detrimentul Vox, trebuia să revină la o abordare mai conservatoare. În acest sens, în cadrul campaniei electorale din aprilie 2019, acesta a sugerat că PP ar dori să

implementeze o abordare mult mai dură privind problematica independenței Cataloniei, dar și impunerea unor măsuri mai restrictive în ceea ce privește legislația avortului (The Guardian, 2019).

Această strategie nu și-a atins obiectivul, Partidul Popular înregistrând la alegerile din aprilie 2019 cel mai slab scor electoral din istorie. Având în vedere acest aspect, Pablo Casado și-a temperat discursul politic în cadrul campaniei electorale pentru alegerile din noiembrie 2019, dar a rămas consecvent din punct de vedere ideologic. De asemenea, Pablo Casado și-a asumat un stil de leadership transformațional, prin intermediul căruia să convingă electoratul de dreapta spaniol că Partidul Popular reprezintă singurul actor reprezentativ care poate înfrunta PSOE.

Totuși, analizând rezultatele din noiembrie 2019, se poate observa că Partidul Popular, deși a înregistrat un scor mai bun în comparație cu scrutinul precedent, nu a reușit să-și crească în mod semnificativ influența în cadrul electoratului conservator (Vox înregistrând cel mai bun rezultat din istoria sa în cadrul acestor alegeri). În acest sens, Pablo Casado trebuie să găsească o strategie politică prin intermediul căreia să reatragă simpatizanți din segmente ale electoratului de centru (care s-au reorientat spre PSOE), dar și din zona de dreapta (care s-au reorientat spre Vox).

Pe de altă parte, Pedro Sanchez a preluat conducerea PSOE în 2014, când partidul se afla în postura de formațiune politică aflată în fruntea opoziției. Stilul de leadership adoptat de către Pedro Sanchez a fost unul transformațional, încercând să determine o revitalizare atât a PSOE, cât și a socialismului spaniol. Cu toate acestea, în cadrul alegerilor din 2016 nu a reușit să se impună în fața lui Mariano Rajoy, iar PSOE a obținut al doilea cel mai mic procent de voturi din istoria sa. Totuși, Pedro Sanchez a contribut decisiv la înlăturarea guvernului condus de Mariano Rajoy în 2018, fiind cel care a inițiat proiectul moțiunii de cenzură. Mai mult, faptul că Pedro Sanchez, din postura de prim-ministru, l-a avut ca principal contracandidat pe Pablo Casado în cadrul alegerilor electorale din 2019, a reprezentat un avantaj important pentru primul competitor.

Prin urmare, există o similitudine între cele două scrutine parlamentare: liderii partidelor aflate la guvernare (în ambele cazuri aceștia au avut mai multă experiență politică decât contracandidații lor) au reușit să se impună în raport cu liderii opoziției (în ambele cazuri, aceștia au pierdut în mod categoric alegerile).

CONCLUZII

Având în vedere informațiile prezentate mai sus, este important de reținut că alegerile parlamentare din 2016 și 2019 au fost câștigate de către formațiunea politică spaniolă care a reușit prin intermediul unei strategii pragmatice să atragă pe lângă electoratul tradițional al partidului propriu (PP – dreapta; respectiv PSOE – stânga) și pe cel de centru (Partidul Popular în 2016 și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol în 2019). În acest sens, Partidul Popular și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol au concurat cu alte formațiuni politice mai mici pentru electoratul

lor tradițional (care sunt orientate în mod exclusiv asupra unui anumit segment de votanți), dar au încercat să mențină în același timp și sprijinul segmentului electoral de centru, în defavoarea principalului competitor.

Totuși, având în vedere creșterea polarizării societății spaniole și ascensiunea partidelor mici, atât Partidul Popular, cât și Partidul Muncitoresc Socialist Spaniol trebuie să se repoziționeze ideologic pentru a putea să-și mențină statutul de cele mai importante formațiuni politice din Spania.

Totodată, ambele campanii electorale au fost caracterizate de utilizarea unui număr mare de elemente negative, iar principalele subiecte dezbătute de către liderii Partidului Popular și Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol au constat în politicile pe care cele două formațiuni politice le propuneau, precum și în principiile și valorile ideologice ale acestora.

Nu în ultimul rând, în ambele scrutine parlamentare, liderii Partidului Popular și Partidului Muncitoresc Socialist Spaniol au avut un impact important asupra rezultatelor înregistrate, fiind principalii vectori de comunicare în cadrul campaniilor electorale, dar și cei care au determinat poziționarea ideologică a formațiunilor politice pe care le-au condus.

BIBLIOGRAFIE

1. Adams, J. (2001). A theory of spatial competition with biased voters: Party policies viewed temporally and comparatively. *British Journal of Political Science* 31, p. 121–158.
2. Barreiro, B., Cuenca, I., (2012). In the Whirlwind of the Economic Crisis: Local and Regional Elections in Spain, May 2011. *South European Society and Politics*, 17, p. 281–294.
3. Bischof D., Senninger, R. (2018): Simple politics for the people? Complexity in campaign messages and political knowledge. *European Journal of Political Research* 57, p. 473–495.
4. Chhibber, P., Torcal, M. (1997). Elite Strategy, Social Cleavages, and Party Systems in a New Democracy Spain. *Comparative Political Studies*, 30, p. 27–54.
5. Collier, D. (1993). Political Science: The State of Discipline. *Political Science Association.*
6. Criado, H. (2008). The effects of party mobilization strategies on the vote: The PSOE and the PP in the 1996 Spanish election. *European Journal of Political Research*, 47, p. 80–100.
7. Dahl, R. (1971). *Polyarchy*. New Haven: Yale University Press.
8. Fabre, E. (2010). Measuring party organization: The vertical dimension of th multi-level organization of state-wide parties in Spain and the UK. *Party Politics*, 17, p. 343–363.
9. Gallagher, M., Mitchell, P. (2018). Dimensions of Variation în Electoral Systems. In Herron, E., Pekkanen, J., Shugart, M., (editori), *The Oxford Handbook of Electoral Systems* (p. 23–40). Oxford: Oxford University Press.
10. Gallagher, M., Mitchell, P. (2005). *The Politics of Electoral Systems*, Oxford: Oxford University Press.
11. Garzia, D. (2017): Personalization of Politics Between Television and the Internet: Leader Effects in the 2013 Italian Parliamentary Election. *Journal of Information Technology and Politics*, 14, p. 403–416.
12. Katz, R. Crotty, W. (2006). *Handbook of Party Politcs*, Londra: SAGE Publications.
13. Kriesi, H., (2012). Personalization of national election campaigns. *Party Politics*, 18, p. 825–844.
14. Lobo, M. (2008). Parties and leader effects: Impact of leaders in the vote for different types of parties. *Party Politics*, 14, p. 281–298.
15. Magone, J. (2009). *Contemporary Spanish Politics*, New York: Routledge.

16. Maxwell M., Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36, p. 176–187.
17. Nai, A. (2020). Going Negative, Worldwide: Towards a General Understanding of Determinants and Targets of Negative Campaigning. *Government&Opposition*, 55, p. 430–455. *https://doi.org/10.1017/gov.2018.32.*
18. Porta, D., (2008). Comparative analysis: case-oriented *versus* variable-oriented research. In Donatella della Porta și Michael Keating (editori), *Approaches Methodologies in the Social Sciences*, (p. 198–223). Cambridge: Cambridge University Press.
19. Porta, D. (2008). Comparative analysis: case-oriented versus variable-oriented research. In Donatella della Porta si Michael Keating (editori), *Approaches Methodologies in the Social Sciences*, (p. 198–223). Cambridge: Cambridge University Press.
20. Poguntke, T., Webb, P. (2005). *The presidentialization of politics. A comparative study of modern democracies.* Oxford: Oxford University Press.
21. Queralt, D., (2012): Spatial Voting in Spain. *South European Society and Politics*, 17, p. 375–392.
22. Renwick, A., Pilet, J.-B. (2016). *Faces on the ballot: The personalization of electoral systems in Europe*, Oxford: Oxford University Press.
23. Shanto, I., Kinder, D. (1987). *News that Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
24. Stayner, J. (2007). *Modern political communication*, Cambridge: Polity Press.
25. Torcal, M., Medelina, L. (2002). Ideologia y voto en Espana 1979–2000: Los Procesos de reconstruccion racional de la identificacion ideological. *Revista Espanola de Ciencia Politica* 6, 57–96.
26. Balfour, S., (2005).The reinventing of Spanish conservatorism: the Popular Party since 1989. In Sebastian Balfour (editor), The Politics of Contemporary Spain (p. 146−168). London: Routledge.
27. Slapin, Proksch, J., „A scaling model for estimating time-series party positions from texts" *American Journal of Political Science* 1(2008): p. 323–344.
28. Meyer, T., Haselmayer, M., Wagner, M. (2020). Who Gets into the Papers? Party Campaign Messages and the Media. *British Journal of Political Science* 50, p. 281–302.
29. Stefaan W., Aelst, P. (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory. *Journal of Communication* 56, p. 88–109.
30. Calleja, M. (2019). « Por todo lo que nos une » lema del PP frente al intento de Sanchez de polarizar Espana. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.abc.es/elecciones/ elecciones-generales/abci-todo-lema-pp-frente-intento-sanchez-polarizar-espana-201910071305_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2F*.
31. Centro de Investigaciones Sociologicas, (2019). Macrobarometro de Marzo 2019. Preelectoral Elecciones Generales 2019. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *http://datos.cis.es/pdf/Es3242mar_A.pdf*.
32. European Sources Online, (2019). Spanish general election, 10 November 2019. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.europeansources.info/record/spanish-general-election-10-november-2019/*.
33. El Periodico (2019). ʿAhora Gobierno, ahora Espana', lema del PSOE para las elecciones del 10-N. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.elperiodico.com/es/politica/20190930/campana-lema-psoe-elecciones-generales-10n-7658469*.
34. Foundation Robert Schuman (2016). Mariano Rajoy's People's Party emerges strengthened after the parliamentary elections in Spain. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.robert-schuman.eu/en/doc/oee/oee-1649c-en.pdf.*
35. Hancox, D. (2015). Nobody Likes Mariano Rajoy, So why is Spain about re-elect him? Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://foreignpolicy.com/2015/12/16/nobody-likes-mariano-rajoy/*.

36. Hunter, S., Urra, S. (2019). November 10 general election: The campaign so far. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://english.elpais.com/elpais/2019/11/04/inenglish/1572857701_632695.html*.
37. Hernandez, M. (2016). El PP lanza una campana que no se le vuelva a vetar. Accesat în data de 16 aprilie 2024 *https://www.elmundo.es/espana/2016/05/30/574be2ed22601d05198b4594.html.*
38. Jones, S. (2019). Spain's general election 2019: all you need to know. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.theguardian.com/world/2019/apr/23/spains-general-election-2019-all-you-need-to-know*.
39. Marull, D. (2016). "Lemas sin alma para el 26J." Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.lavanguardia.com/politica/elecciones/20160610/402415441183/campana-electoral-26j-lemas.html.*
40. PP (2016). Programa Electoral Para Las Elecciones Generales De 2016. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.pp.es/sites/default/files/documentos/programa-electoral-elecciones-generales-2016.pdf.*
41. PSOE (2016). Programa Electoral Elecciones Generales 2016. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.psoe.es/media-content/2016/05/PSOE-Programa-Electoral-2016.pdf.*
42. Vigario, D. (2016). Pedro Sanchez tacha a Rajoy de "perezoso" y carga contra Podemos. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.elmundo.es/espana/2016/05/08/572f26c8e5fdea14148b4651.html*.
43. The Local (2019). PROFILE: Popular Party leader Pablo Casado. Accesat în data de 16 aprilie 2024 de la: *https://www.thelocal.es/20191110/profile-popular-party-leader-pablo-casado/*.